

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian yang telah dilakukan dalam membuat rencana strategis Kencana Minimarket ini telah melalui beberapa tahapan, yaitu diawali dari pencarian data input yang diperlukan untuk membuat rencana strategis Kencana Minimarket. Data-data input yang telah didapat ini digunakan sebagai informasi dasar bagi penulis untuk membuat tabel perencanaan strategis. Selain data-data input yang bisa didapat langsung dari perusahaan, agar menghasilkan sebuah perencanaan strategis yang baik maka dilanjutkan dengan pembuatan analisis lingkungan, pembuatan matriks IFE EFE, matriks IE, matriks SWOT, dan yang terakhir adalah matriks QSPM untuk menentukan strategi prioritas perusahaan. Tahapan-tahapan ini dijadikan bahan pertimbangan untuk memunculkan strategi-strategi alternatif, yang pada akhirnya adalah pembuatan tabel rencana strategis Kencana Minimarket.

Perencanaan strategis Kencana Minimarket dalam 3 tahun kedepan, berdasarkan analisis menggunakan matriks QSPM, diperoleh hasil bahwa strategi yang memperoleh skor tertinggi adalah strategi 3 yaitu dengan menambah varian produk yang memperoleh skor **5.21**. Strategi 1 memiliki selisih tidak jauh berbeda dengan strategi tiga yaitu meningkatkan pemasaran dengan skor **5.11**, maka strategi 1 akan mengikuti strategi 3. Strategi 2 mendapatkan skor paling rendah yaitu membuka cabang atau *franchise* dengan skor **4.46**. Berdasarkan hasil

matriks QSPM tersebut, selanjutnya dituangkan dalam sebuah tabel rencana strategis. Rencana strategis agar dapat berjalan dengan baik, maka setiap fungsional manajemen harus dapat berjalan bersamaan dengan baik sesuai tugasnya masing-masing. Terbagi dalam 4 tugas pokok fungsional manajemen perusahaan yang dipakai untuk mensukseskan rencana strategis Kencana Minimarket, yaitu:

1. Pemasaran:

Di bidang ini, perusahaan memiliki tujuan utama yaitu ingin lebih melengkapi varian produk yang dijualnya. Kencana Minimarket juga ingin memperkuat *brand awareness* Kencana Minimarket agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas serta meningkatkan fasilitas di Kencana Minimarket. Dengan tercapainya hal-hal tersebut, diharapkan Kencana Minimarket menjadi pesaing utama bagi para kompetitornya yang sama-sama bergerak di usaha ritel modern ini.

2. Keuangan:

Di bidang ini, perusahaan merencanakan dapat menambah omset penjualan/ profit yang lebih besar. Kencana Minimarket juga akan melakukan efisiensi biaya dengan memangkas pengeluaran-pengeluaran yang tidak diperlukan serta mengalokasikan dananya secara tepat dan akurat. Hal ini akan berdampak positif terhadap

persaingan harga jual Kencana Minimarket dengan para kompetitornya.

3. Operasional:

Di bidang ini, perusahaan akan memperbaiki dan menyempurnakan sistem program operasional perusahaannya. Memperkuat bagian operasional perusahaan ini untuk mempersiapkan perusahaan kedepannya apabila membuka cabang baru atau *franchise* agar dapat berjalan dengan baik dengan sistem informasi yang terpusat. Peningkatan faktor keamanan juga menjadi perhatian, supaya meminimalisir kerugian kehilangan barang, ataupun masalah keamanan lainnya.

4. Sumber Daya Manusia:

Di bidang ini, perusahaan akan meningkatkan kinerja para karyawannya di Kencana Minimarket. Kencana Minimarket menyadari bahwa sumber daya manusia merupakan salah satu fungsi manajemen yang terpenting, hal ini karena tanpa adanya dukungan dari seluruh sumber daya manusia yang dimiliki maka perusahaan tidak dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan Kencana Minimarket. Oleh karena itu, peningkatan kinerja karyawan di Kencana Minimarket perlu dilakukan agar dapat selalu memberikan pelayanan yang maksimal bagi seluruh pelanggan Kencana Minimarket.

5.2. Saran

1. Bagi pemerintah, sebaiknya terus berupaya mensukseskan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) melalui pemangkasan/penyederhanaan aturan perijinan, dengan proses pengeluaran ijin yang lebih cepat maka gairah ekonomi dan bisnis juga akan semakin meningkat. Pemerintah Kota Semarang perlu bertindak pro-aktif untuk meningkatkan perekonomian Kota Semarang, hal ini bisa dilakukan dengan meningkatkan potensi-potensi wisata di Kota Semarang. Sehingga dengan adanya objek-objek wisata di Semarang yang terurus dengan baik, maka diharapkan banyak turis yang datang berkunjung ke Kota Semarang, dengan begitu geliat perekonomian di Kota Semarang secara keseluruhan juga akan meningkat seperti daya beli masyarakat yang akan berdampak kepada bisnis-bisnis lainnya di Kota Semarang.
2. Bagi perusahaan, sebaiknya mulai mempersiapkan program berbasis teknologi online/ *e-commerce*. Hal ini karena kita tidak bisa memungkiri di jaman modern sekarang saat ini, bisnis berbasis online sudah semakin menjamur. Apabila perusahaan tidak bisa terus mengikuti tuntutan perubahan jaman yang semakin modern, maka dapat menjadi ancaman tersendiri bagi perusahaan yang akan ditinggalkan para pelanggannya. Oleh karena itu, perusahaan agar tetap bertahan dari para pesaingnya sebaiknya terus melakukan evaluasi-evaluasi sesuai tuntutan jaman yang selalu berubah, dengan membuat strategi-strategi yang kreatif dan inovatif.